

TURISMO E HOSPITALIDADE: digressões e inter-relacionamentos

FAGUNDES, Esnel José

CASTRO, Silvio Rogério Rocha de

Resumo - Este artigo objetiva pontuar algumas reflexões sobre as cidades que recebem megaeventos e se as mesmas estão preparadas para isto. Destaca-se a importância da hospitalidade para o sucesso dos megaeventos que hoje ocorrem em todo o mundo. Destaca-se a hospitalidade suas funções e conceitos. Identificam os tipos de hospitalidade e as cidades hospitaleiras.

Palavras chave - Hospitalidade, comunicação, megaeventos, cidades hospitaleiras e turismo.

Abstrat - This article aims to point out some thoughts on the cities that host major events and whether they are prepared for this. Highlights the importance of hospitality to the success of mega events that occur today throughout the world. Stands out its functions and hospitality concepts. Identify the types of hospitality and hospitable cities.

Keywords - Hospitality, communications, mega-events, tourism and hospitable cities.

1.Introdução

Um fenômeno comum nos dias de hoje, o viajar pode ser explicado por meio de literatura de raízes longínquas que tratam do turismo. Não é objetivo deste trabalho trazer à tona a ideia dos que recorrem à Bíblia para encontrar as raízes da viagem. Apenas para registro, a passagem bíblica a que se reportam, e estudam vários autores, é a de que alguns homens foram enviados à terra de Canaã em busca de informações demográficas, agrícolas, topográficas e outras, referentes àquele país; assim, a ação de viajar em busca de conhecimento corresponde à palavra hebraica *tur*.

Na medida em que durante os tempos foram conjugando os verbos – comer, dormir, comprar e conhecer –, viajar deixou de ser uma atividade para amadores, exigindo-se mais qualidade, mais profissionalismo, mais tecnologia e mais produtividade daqueles que recebem. Desta forma, surge o que conhecemos hoje como a indústria do turismo. A evolução do turismo e os seus conceitos foram evoluindo com o seu próprio desenvolvimento, que teve na pós-Segunda Guerra Mundial seu período de crescimento, considerado como marco do turismo estruturado.

O turismo, fenômeno extremamente diferenciado, pode ser praticado partindo-se de diversos fatores que levam as pessoas a viajar. Assim, classificam-se, para fins didáticos e de planejamento, o turismo em vários tipos. Entre eles destacam-se, segundo Menescal e Gonçalves:

Entre os fatores que geram os deslocamentos turísticos, destacam-se: as motivações ou objetivos da viagem (recreativo ou de lazer, cultural, de saúde, religioso, esportivo, de eventos), a procedência dos viajantes (turismo nacional ou internacional), o volume da demanda (turismo de massa, turismo de minorias), as formas de organização das programações turísticas (individual, organizado, social), a faixa etária dos viajantes (infanto-juvenil, adulto, para a terceira idade ou misto) (MENESCAL e GONÇALVES, 2006, p. 53).

Quanto às motivações ou objetivos da viagem, o turismo pode ser: recreativo ou de lazer, turismo cultural, turismo de saúde, turismo religioso, turismo esportivo, turismo técnico, turismo *gay*, turismo de cruzeiros marítimos, turismo de negócios e turismo de eventos – que é o tipo de turismo para participação em reuniões científicas, como congressos e seminários, e para participação em feiras, exposições – enfim, qualquer evento que reúna um grupo de pessoas para discutir um assunto comum.

Identifica-se que, para qualquer tipo de turismo acontecer, são necessários os equipamentos que compõem a infraestrutura turística, como: transporte, hotéis, rodovias e outros. Os meios de hospedagem constituem-se em um dos principais equipamentos para a viabilização do turismo em qualquer uma das suas modalidades.

Os conceitos de hospedagem mudaram e evoluíram ao longo do tempo, porém, as suas raízes continuam as mesmas. Assim, para entender a hospedagem utilizada na

hotelaria, torna-se indispensável uma digressão do termo hospitalidade, identificando as suas características e os seus tipos, dando ênfase à hospitalidade comercial. Entende-se que, o turismo e a hospitalidade são atividades distintas, que se inter-relacionam, dependendo uma da outra para sua própria sobrevivência.

Os consumidores estão cada vez mais bem informados e exigentes, consequentemente, os hotéis, pousadas, abrigos e qualquer tipo de organização que receba turistas devem ficar atentos aos aspectos que envolvem a satisfação dos hóspedes. Pode-se afirmar que os consumidores terão uma recordação diferenciada do meio de hospedagem que lhes proporcionou uma atividade ou mesmo um tratamento especial. Dentre estes tratamentos, encontra-se a hospitalidade que a cada dia se caracteriza como ponto fundamental para o desenvolvimento do empreendimento hoteleiro.

2 A hospitalidade

Estudiosos e profissionais de turismo salientam a complexidade que envolve a hospitalidade. No entanto, nota-se disposição na literatura consultada em entender como funciona e quais os benefícios que a mesma traz. Presente desde sempre no contexto das atividades humanas, a hospitalidade, com o passar dos anos, foi se moldando às transformações ocorridas nos ambientes políticos, econômicos e sociais.

Compreende-se claramente a evolução da hospitalidade através dos tempos quando, recorrendo-se a uma palestra intitulada “Relações Públicas e Hospitalidade”, apresentada pelo professor Waldir Ferreira, em outubro de 2007, na cidade do Recife durante o XVIII Congresso Brasileiro de Relações Públicas, o mesmo afirma que, após estudar vários autores das áreas de filosofia, turismo, hotelaria e sociologia, elaborou uma síntese histórica sobre o assunto:

Em 170 A.C. os Essênios viviam às margens do mar Morto e pertenciam a uma das cinco seitas judaicas da época. Foram fundadores de abrigos conhecidos como “beth-saida” que anteciparam em séculos os hospitais que têm seu nome derivados de hospitaleiros. A Ordem dos Essênios exigiam que em todas as vilas e cidades houvesse um membro da ordem denominado “hospitaleiro” que cuidava de receber os itinerantes, provendo-os do que fosse necessário (FERREIRA, 2007, p. 23).

Conceder hospitalidade é um dever, reconhecido tanto no antigo como no Novo Testamento. Em Hebreus, 13:2 diz “Não vos esqueçais da hospitalidade, porque por ela alguns, não sabendo, hospedaram anjos”.

No século IV, os monges tinham a obrigação de praticar a hospitalidade e eram, sobretudo, os responsáveis pelas hospedarias, asilos e hospitais. No século VI, São Bento formulou 73 regras que nortearam o catolicismo monástico onde duas regras tratam especificamente da hospitalidade: a regra 53 estabelece como deve ser a “recepção dos hóspedes”, e a regra 66 da “importância dos porteiros nos mosteiros”.

Em tempos atuais, estudiosos de várias ciências buscam conceituar e definir hospitalidade, criando grandes controvérsias, que acabam demonstrando diversos estágios, abrangendo aspectos sociais, políticos, filosóficos, culturais e econômicos. Na contemporaneidade, a hospitalidade gera grandes impasses mundiais, como os problemas da migração por causa de guerras e crises econômicas. Diante desses problemas, perguntas surgem cada vez mais. Por exemplo: qual a função da hospitalidade na sociedade globalizada?

Boff, afirma que quatro são as virtudes de uma hospitalidade bem sucedida em tempos atuais:

Agora, nunca como antes, faz-se urgente a hospitalidade, a mútua acolhida, a abertura generosa que supõem o despojamento dos conceitos e pré-conceitos. Só assim captamos a diferença como diferença e não como desigualdade e inferioridade ou como mero prolongamento daquilo que é nosso. Em seguida, faz-se necessária a vontade de conviver junto na mesma Casa Comum. Nem temos outra alternativa. Precisamos também da tolerância sem a qual se prolonga a lógica do amigo-inimigo, da guerra e da exclusão. Por fim a comensalidade, o sentido final da globalização, quando todos se sentarão à mesa, finalmente juntos, para comermos e celebrarmos o encontro e a generosidade dos bens da natureza (BOFF, 2005, p. 19).

A hospitalidade é uma forma de convivência onde as regras, os ritos e as leis são estabelecidos por determinada sociedade. Na hospitalidade instala-se a relação interpessoal, o que implica o surgimento de um elo social regido por valores de sociabilidade e solidariedade.

Derrida (1998), em palestra sobre Política e amizade, discorre sobre os receios de se desenvolver a hospitalidade incondicional nos dias atuais, uma vez que a sociedade moderna está cada vez mais urbana e individualista: Eu tenho que – esta é uma ordem incondicional – eu tenho que, incondicionalmente, dar boas vindas ao outro, seja ele ou ela quem for, sem pedir um documento de abertura, um nome, um contexto ou um passaporte. Este é o primeiro momento de abertura de minha relação com o outro; abrir meu espaço, meu lar – minha casa, meu idioma, minha cultura, minha nação, meu estado, e eu mesmo. Eu não tenho que abri-la, porque está aberta; ela foi aberta antes que eu tomasse qualquer decisão a respeito disso: então, eu tenho que mantê-la aberta ou tentar mantê-la incondicionalmente aberta. Mas, naturalmente, este “incondicionalmente” é algo que amedronta, ele é aterrorizante.

As características da hospitalidade são tratadas por Lashley e Morrison (2004, p. 202), que expõem um estudo acerca dos enfoques semântico e comprobatório, para definir hospitalidade. Os autores concluem que as características mais marcantes para o tema são:

- . A hospitalidade interessa-se pela produção e pela oferta de determinados produtos materiais, isto é, acomodação e/ou alimento e/ou bebida;
- . Envolve uma relação de troca, que pode ser, sobretudo, econômica, social ou psicológica por natureza; compõe-se de uma combinação de elementos tangíveis e intangíveis, cuja exata proporção varia conforme as condições específicas das diferentes situações de troca de hospitalidade;
- . Associa-se a formas particulares de comportamento e interação humana;
- . Não é inevitavelmente sinônimo de comportamento hospitaleiro, que é necessário, mas não suficiente para a existência da hospitalidade;
- . É uma atividade assumida voluntariamente pelas partes envolvidas;
- . Pode ser provida e consumida por uma variedade de motivos diferentes;

. Pode variar em sua forma específica, na função e na razão motivacional ao longo do tempo e espaço, mas, na essência, permanece qualitativamente a mesma;

. É uma atividade idealizada para gerar comensalidade e realce mútuo para as partes envolvidas;

. Envolve pessoas no processo de troca de hospitalidade; É uma troca que ocorre dentro de uma extensão de tempo intermediária, e que reflete a íntima conexão temporal entre suas facetas de produção e de consumo.

Uma definição abrangente de hospitalidade é dada por Gotman apud Grinover, ao afirmar que hospitalidade é uma situação que:

[...] permite a indivíduos ou a famílias, vindo e vivendo em lugares diferentes, construir sociedade, instalar-se e retribuir serviços e ajudas que facilitam, enquanto práticas de sociabilidade, o acesso a recursos locais, o compromisso de relações que ultrapassam a interação imediata e assegura a reciprocidade (GOTMAN apud GRINOVER 2007, p. 27).

Grinover (2007, p. 27) considera a hospitalidade uma virtude e uma qualidade social e amplia sua definição afirmando que “a análise do exercício da hospitalidade é uma contribuição para a sociologia da vida cotidiana, na qual o ser humano pode se realizar”. Diante disso, o autor conclui que “a hospitalidade, enquanto desconstrói as categorias do familiar, do social e do político, permite, ao mesmo tempo, pensá-las juntas”.

Para este texto interessa a hospitalidade comercial e a pública, praticada por estruturas receptivas de turistas. Porém, acha-se necessário percorrer a evolução e os demais tipos de hospitalidade. Assim, a característica de cada tipo contribuirá para o entendimento da hospitalidade comercial.

Diante do exposto, entende-se que hospitalidade, num primeiro momento, refere-se ao ato de acolher, de prestar serviço a alguém. Porém, uma análise mais profunda revela que a hospitalidade é um processo complexo onde estão embutidas as relações sociais, o que implica perceber recortes específicos de antropologia, história, sociologia, economia, geografia, comunicação, arquitetura, urbanismo, planejamento

ambiental etc. Percebe-se ainda que, por meio da hospitalidade, é possível desvendar a evolução histórica de determinadas culturas.

O relacionamento resultante da hospitalidade faz com que as cidades, as organizações e os seres humanos interajam e adquiram hábitos e costumes uns dos outros. Confirma-se em Grinover, o exposto:

A troca de determinados valores entre visitado e visitante proporciona uma enorme riqueza de conhecimentos, modificando sua visão de mundo e acrescentando valores inconfundíveis ao relacionamento humano. A dimensão dessas mudanças e transformações permite novas configurações sociais e culturais. A influência provocada pelas interações, que ocorrem em localidades de grande vocação turística, refere-se ao modo de vida dos moradores, à expressão lingüística, à gastronomia, aos hábitos de entretenimento. Dessa forma, a viagem, como experiência para o turista, o viajante, pode resultar num momento preciso da construção social da pessoa, da afirmação da individualidade e da socialização (GRINOVER, 2007, p. 28).

Como função básica, a hospitalidade tem o estabelecimento de relacionamentos ou mesmo a manutenção de um relacionamento já existente. Lashley e Morrison ressaltam que a troca de produtos e serviços, materiais ou simbólicos é o processo entre os que dão hospitalidade, os anfitriões e os que a recebem, os hóspedes. Afirmam:

Uma vez que os relacionamentos necessariamente se desenvolvem dentro de estruturas morais, uma das principais funções de qualquer ato de hospitalidade é (no caso de um relacionamento já existente) consolidar o reconhecimento de que os anfitriões e os hóspedes já partilham do mesmo universo moral ou (no caso de um novo relacionamento) permitir a construção de um universo moral em que tanto o anfitrião quanto o hóspede concordam em fazer parte (LASHLEY e MORRISON, 2004, p. 26).

Assim, conclui-se que como funções da hospitalidade estão a transformação de desconhecidos em conhecidos, conhecidos em pessoas mais conhecidas, grupos diferentes em grupos mais próximos, minorias em grupos aceitáveis.

Entende-se que a natureza e a importância da hospitalidade são variáveis no tempo e nos lugares. Elas dependem das características, da cultura, dos costumes e hábitos de cada sociedade. Portanto, o bom hospedeiro será aquele que deixa seu

hóspede feliz e satisfeito em suas necessidades básicas de sobrevivência e moralidade. Já o hóspede, na literatura pesquisada, está dividido em três tipos distintos: o que precisa de hospedagem, o amigo e o que mantém um relacionamento oficial, como, por exemplo, o de estudantes com o diretor em um albergue.

Quanto à sua natureza, a hospitalidade pode, segundo Cruz (2002, p. 41), ser sociocultural, política, profissional e espacial. Resumem-se, a seguir, as características de cada uma com base nos estudos da autora:

Sociocultural – Como fenômeno sociocultural, a hospitalidade pode ser entendida do ponto de vista de uma análise centrada no indivíduo ou em uma dada coletividade (grupo de pessoas, sociedade). Um indivíduo ou grupo de pessoas pode ter maior ou menor disposição para receber alguém. Em essência, o ato de acolher um visitante é um ato social, culturalmente construído. Também a hospitalidade pode ser voluntária ou involuntária, ou seja, nem sempre o anfitrião está recebendo o visitante de forma espontânea. Quando se trata de turismo, esse é um aspecto que não pode ser negligenciado.

Profissional – Essa hospitalidade profissional refere-se, fundamentalmente, aos serviços para atender aos hóspedes ou aos visitantes de um dado lugar, de um modo geral. Nesse caso, hotéis e restaurantes são os principais elementos, mas não são os únicos.

Político – Alguns dos produtos gerados em função de um possível interesse pela criação de um ambiente hospitaleiro, em uma dada escala geográfica (local, regional, nacional), são políticas públicas, que objetivam organizar o setor bem como maximizar seus benefícios.

Espacial – Sistemáticamente, do ponto de vista de uma análise espacial, a hospitalidade pode ser abordada nos espaços urbano ou rural. Ainda sob o aspecto espacial, a hospitalidade tem dimensões diferenciadas em função do vínculo territorial do(s) indivíduo(s) com o espaço: residentes e visitantes ocupam posições diferenciadas.

Conforme a autora, essas naturezas se entrecruzam todo o tempo e seu objetivo é entender melhor o conceito de hospitalidade. Em Grinover (p.20), reafirmam-se os significados atuais de hospitalidade: basicamente, o entendimento na cultura anglo-saxônica de hospitalidade refere-se aos aspectos da hospedagem, da alimentação, do entretenimento e dos eventos. A outra posição, mais antiga, histórica, clássica, ultrapassa o contexto claramente comercial para enfrentar o campo complexo da Sociologia e da Antropologia. Consiste ela em satisfazer as necessidades de base (fisiológicas) e as necessidades de segurança, de reconforto, de afeto, de pessoas que estejam se deslocando, por razões religiosas ou de saúde, por meio de uma relação gratuita.

A hospitalidade atua e aplica-se na dimensão doméstica, comercial e pública, considerando o território urbano e rural como sendo o lócus, onde a hospitalidade, em se produzindo, está fundamentando suas manifestações mais complexas, como é o fato de ter-se dado à “monetização completa”, que fez prevalecer a relação de trocas de tipo puramente comercial (GRINOVER, 2007, p.21).

Entende-se, desta forma, que a hospitalidade, em seu campo de competência, atua em três dimensões distintas: a doméstica, a pública e a comercial.

Hospitalidade doméstica: É a mais típica e a primeira a se ter notícias. Na hospitalidade doméstica estão incluídos os mais simples gestos do cotidiano em atenção às pessoas que estão sendo recebidas. Estes gestos se dão no âmbito presencial e virtual. Os gestos de hospitalidade devem ser considerados a partir da cultura, costumes e hábitos locais, isto é, cada localidade, cada espaço possui características próprias. Vários são os temas que englobam a hospitalidade doméstica, porém, estes mesmos temas aparecem na hospitalidade comercial e pública, demonstrando assim a inter-relação existente entre elas. A seguir, faz-se uma breve análise dos temas da hospitalidade doméstica, discutidos por Luiz Octávio de Lima.

A – O cerimonial e a etiqueta (inclusive a *net-etiqueta*) - aqui se discute a valorização da etiqueta moderna, quais são os hábitos e costumes atuais, a evolução da etiqueta, e a atenção dos gestos e rituais que envolvem o contato humano.

B – O estatuto do anfitrião e do hóspede – neste item deve-se tratar do dom e da dádiva de receber e ser recebido.

C – Os mitos da hospitalidade – o ato humano de receber e o tratamento do imaginário deste ato são aqui estudados.

D – A privacidade (a anti-hospitalidade) – a necessidade e a exigência de privacidade cada vez mais acentuada nas grandes cidades fazem com que se crie uma forma de anti-hospitalidade e ainda, fez surgir a *net*-hospitalidade e a *net*-etiqueta, onde os contatos são virtuais por meio de telefones, fax e internet.

A hospedagem e a alimentação são atributos da hospitalidade doméstica, levando-se em consideração os hábitos e costumes locais e os hábitos e costumes do hóspede. As festas de aniversário, casamentos e batizados são momentos do entreter doméstico, e os locais onde se realizam são extensões de suas casas.

Hospitalidade comercial: A indústria da hospitalidade inclui serviços de alimentação e bebidas, hospedagem, serviços de recreação e um vínculo com o turismo e as viagens, gerando interdependência entre eles. Sem atrações e estabelecimentos de hospitalidade não há turismo. Na realidade, o turismo pressupõe a existência da hospitalidade comercial, que é encontrada na qualidade dos ambientes pelos quais os turistas passam: estradas, agências de viagens, hotéis, restaurantes, hospitalidade pública, urbana. Esta hospitalidade turística não diz respeito apenas ao acolher bem, ela leva em consideração o bem receber, o bem atender, o bem alimentar, que acaba por seduzir o turista e suscita no mesmo o desejo de voltar e de indicar a alguém o local visitado. Nesta hospitalidade fica claro que existe o pagamento para que seja fornecido ao turista um bom alojamento, proteção, espaço, segurança.

A partir do momento que o turismo envolve os setores públicos e privados e interfere no local, a hospitalidade turística passa a ter um dimensionamento sóciopolítico gerando conflitos sociais. Na hospitalidade comercial o receber não se faz necessariamente por prazer e, sim, por “obrigação” de uma atividade. Aqui o receber está sempre embasado nos manuais que regem a hotelaria e o turismo.

No que diz respeito à hospedagem, esta será diferenciada de acordo com a remuneração dos serviços. Assim, pode-se hospedar em pousadas, hotéis, *resorts*, cruzeiros marítimos etc. O alimentar também se dá de acordo com a remuneração que se está disposto a pagar. “A idéia de compartilhar o alimento se associa ao princípio básico da hospitalidade: o prazer de satisfazer as necessidades dos outros que, explicado por teorias psicológicas, gera uma recompensa acima de tudo emocional e que faz parte da condição humana” (Paula, 2009). Desta forma, a qualidade da alimentação e dos ambientes preparados para servi-la, bem como dos que estão servindo, influenciará o alimentar profissional. O entreter profissional passa por todos os tipos de serviços, como parques, boates e entretenimento noturno de todas as espécies. A disposição em gastar mais ou menos também definirá a qualidade dos locais e do tipo de entretenimento.

Buscou-se entender a hospitalidade comercial em Abreu (2003, p. 45), recorrendo que:

A hospitalidade comercial é uma mimetização da hospitalidade. Quando se observa o processo de recebimento e tratamento em hospitais, hotéis, restaurantes, aeroportos, aviões etc., percebe-se que na missão empresarial se vai buscar mimetizar a antiga missão social da hospitalidade, regulamentando e normatizando a hospitalidade comercial da organização (ABREU, 2003, p. 45).

Hospitalidade pública: Na esfera pública, a hospitalidade pode ser analisada verificando-se se uma cidade é hospitaleira ou não. As cidades são consideradas hospitaleiras a partir de determinadas características de âmbito cultural, social, econômico, ambiental, histórico e outros. Essas características são complementadas pelas medidas urbanas que são a distância geográfica e distância temporal. Grinover (2007, p. 123), propõe a coexistência de “três dimensões fundamentais para esta análise: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade, que estão ligadas pela escala, pelas medidas geográficas e temporais que proporcionam a compreensão da cidade”.

Quanto à *acessibilidade*, trata-se do acesso dos indivíduos ou grupos sociais, às atividades e aos serviços, numa proporção de igualdade para todos. São os meios de

transportes, a infraestrutura viária, os acessos aos portadores de deficiências, programas de saúde, educação e lazer, infraestrutura de redes de esgotos, água, segurança.

Para esta análise, estudiosos no assunto criaram certos indicadores destacados por Grinover, (2007, p. 136): acessibilidade para quem? (qual categoria de usuário?); vindo de onde? (de sua residência, do trabalho?); indo para onde? (para aqueles serviços ou para um lugar de trabalho?); em que momento? (na hora de necessidade, nas horas de pico?); com que tipo de transporte? (automóvel, transporte coletivo, a pé); com quais informações sobre a forma e a estrutura da cidade? (informações completas ou parciais sobre a rede de transporte público, sobre a localização dos serviços ou atividades procuradas). “Dessa maneira, o acesso à cidade para todos os habitantes é o conceito básico que orienta qualquer possibilidade de uma política urbana correta”. Esta acessibilidade tangível se completa com a acessibilidade intangível que se refere à cultura, à informação, aos costumes. Pergunta-se até que ponto os moradores e os visitantes têm conhecimento dessas informações? Como elas são repassadas? Atendidas essas questões tem-se atendida parte das questões de cidadania.

Em se tratando de *legibilidade* de uma cidade ou espaço urbano, pretende-se verificar quais as facilidades de reconhecimento que se tem de partes da cidade. Entende-se por legibilidade, segundo Grinover (p.32), como “a qualidade visual de uma cidade, de um território, examinada por meio de estudos da imagem mental que dela fazem, antes de qualquer outro, os seus habitantes”. Legibilidade é a leitura dos códigos arquitetônicos e culturais de uma cidade (para se entender se ela é moderna ou histórica).

Por *identidade*, entende-se a construção de atributos culturais formados ao longo do tempo. Assim, a identidade de uma cidade sofre as consequências das mudanças que ocorrem a cada dia. Em tempos de globalização, a valorização do local produz novas identidades.

Concretiza-se em Ianni (2000, p. 123) a importância da identidade que uma cidade ou espaço urbano deve ter e como em tempos modernos isto está cada vez mais complexo, refletindo as questões sociais.

A grande cidade tem sido e continua a ser, cada vez mais, uma síntese excepcional da sociedade. Muito do que é a sociedade, seja esta nacional ou mundial, se desenvolve e decanta-se na grande cidade. Aí se desenvolvem as relações, os processos e estruturas que constituem as formas de sociabilidade. Muito do que se faz e imagina-nos mais diferentes círculos sociais, em âmbito micro e macro, aí ressoam. São muitas as diversidades e desigualdades, tanto quanto os impasses e os horizontes da sociedade que se expressam na cidade. Tanto é assim que a grande cidade tem sido o lugar por excelência da modernidade e pós-modernidade (IANNI, 2000, p.123)

Assim, percebe-se que na indústria da hospitalidade existem medidas de graduação e classificação. Entende-se que as raízes da hospitalidade doméstica são levadas para a área empresarial, fazendo com que as organizações procurem cada vez mais atender às necessidades do homem atual, não apenas na infraestrutura como também no tratamento dispensado a ele. Confirma-se o exposto em Montandon:

Igualmente, a hospitalidade à qual recorreremos nas diferentes formas do turismo e do comércio hoteleiro é entendida de preferência como sinônimo de “boa acolhida”, sem envolver as turbulências que a visão mais profunda da hospitalidade implica. Qualificar acolhida comercial como hospitalidade não é escandaloso, desde que estejamos de acordo com as definições. A utilização comercial do termo indica, em todo o caso, como a hospitalidade permanece uma marca, uma perspectiva e um horizonte para uma interação bem-sucedida entre os homens, quer sejam clientes, amigos ou simples estrangeiros com a mão estendida (MONTANDON, 2003, p. 142).

3 A cidade hospitaleira

Pode-se entender que para ser hospitaleira a cidade precisa possuir certos atributos, como: informações espontâneas, por meio de vários elementos como sinalizações, locais de informação; ordenação na paisagem urbana; identidade perceptível; infraestrutura básica para atender às necessidades dos moradores e visitantes; áreas de lazer e outros atributos que facilitem a vida dos moradores e visitantes.

Entende-se, então, como cidade hospitaleira aquela que transforma seu território em espaços de convívio onde as relações sociais acontecem de maneira natural e os cidadãos usufruam adequadamente dos seus serviços.

A cidade não deve ser compreendida apenas como um complexo que mundo dos negócios, mas também como um espaço que celebra o humano, os relacionamentos, o lazer, a cultura etc. A percepção urbana, por este ponto de vista, pode ser compreendida por meio da semiótica numa visão de Lucrécia Ferrara.

Decodificar o urbano, entender sua lógica, supõe o reconhecimento da sintaxe, do modo de formar que o identifica, das faixas de linguagem que se combinam na sua constituição, da possibilidade de romper aquela homogeneidade, a fim de projetar elementos de predição, de qualificação. A essa operação damos o nome de percepção urbana, enquanto modo de reter e gerar informações sobre a cidade. (FERRARA, 1998, p. 89)

Ao chegar num determinado “espaço”, o viajante defronta-se intuitivamente com informações, percepções e situações que lhe são impostas. O processo de decodificação dos elementos que compõem estas informações perpassa pela preocupação dos hospedeiros em transformá-los em compreensíveis num mundo globalizado. Esta relação entre dois atores, o que recebe e o que é recebido, precisa ser feita de forma ordenada e entendível, observando-se e respeitando-se sempre, por parte de quem é recebido, os costumes e a cultura local. Este processo só é viável se for desenvolvido de forma ordenada por aqueles que são responsáveis pela elaboração e manutenção dos espaços públicos, observando-se os princípios da hospitalidade.

A cidade deve ser compreensível por quem reside e por quem a visita, a partir do momento em que todo microcosmos social e arquitetônico for ordenado. Entende-se em Canevacci:

A cidade é um sistema de signos, um vocabulário dominado pelo cidadão. Os lugares vivos constituem referências para a memória e as culturas locais. É essencial o cultivo da memória urbana. O historiador, o poeta, o músico fazem do todo e dos fragmentos da cidade o foco da organização de lembranças e da liberação de emoções. A emoção impregna o meio ambiente popular urbano. A cidade é um composto de pedras e tijolos acumulados, e de costumes e afetos praticados pela população urbana (CANEVACCI, 1990, p.121).

Em se tratando de cidades que recebem um grande número de pessoas para um megaevento, previamente definido, entende-se que os moradores, as autoridades e os promotores do evento busquem desenvolver uma política de hospitalidade capaz de suprir as necessidades dos que para lá se deslocam a fim de participarem de algo que lhes atraiu.

Um dos atributos mais importantes para a cidade que recebe megaeventos é como está organizado o seu sistema de comunicação e informação que deve sempre estar atrelado à cultura local e às suas singularidades. Isto passa pela recuperação de estruturas antigas, reciclagem de produtos, placas que identifiquem o espaço geográfico. Trata-se, segundo Lucio Grinover (p.40) de “eliminar deseconomias de aglomeração e exterioridades negativas acumuladas no processo de crescimento da aglomeração urbana”.

4 Considerações finais

Pensar em políticas de hospitalidade passa por entender a necessidade de cada vez mais procurar implantar nas cidades o desenvolvimento sustentável que está relacionado com o desenvolvimento do turismo. Os espaços são construídos e se diferenciam por meio da experiência vivida e compartilhada.

Apresentou-se, assim, reflexões que deixam claro como é complexa a temática da hospitalidade e consequentemente da cidade hospitaleira, evidenciando as questões éticas e morais que se apresentam para sociedade atual. A sociedade globalizada que pratica comunicação on-line e se integra cada vez mais no espaço virtual, coloca como desafio o exercício da hospitalidade para a manutenção das relações sociais, considerando as questões referentes à solidariedade, cidadania, qualidade de vida, responsabilidade social, respeito ao meio ambiente, entre outras, que dizem respeito ao futuro da humanidade.

Pensar uma cidade hospitaleira, hoje, significa pensar formas para incluir sociedades excluídas, conviver com as diferenças dentro de parâmetros de respeito,

tolerância e reciprocidade, buscar o equilíbrio social pessoal, reaprender o convívio familiar e comunitário e, fundamentalmente, excluir os sentimentos de solidão e vazio com que se defronta o homem da sociedade pós-moderna.

Exercitar a hospitalidade é conviver harmoniosamente com a sociedade e a natureza, de maneira ética e moral. As cidades, as organizações hoteleiras, o poder público e o cidadão comum são responsáveis em proporcionar ambientes “especiais” para a prática da hospitalidade.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Vladimir Amâncio de. A máquina da hospitalidade. In: DENCKER, A. de F. M; BUENO, M. **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. Siqueira. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.
- BOFF, Leonardo. **Virtudes para um outro mundo possível**. Rio de Janeiro, vol. 1, Vozes, 2005.
- CANEVACCI, Massimo. **Antropologia da comunicação visual**. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- FERRARA, Lucrécia d'Aléssio. **Ver a cidade**. São Paulo: Nobel, 1988.
- FERREIRA, Waldir. **Palestra realizada em outubro de 2007. XVIII Congresso Brasileiro de Relações Públicas**. Recife, Pernambuco.
- CRUZ, Rita de Cássia A. **Hospitalidade turística e o fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais**. São Paulo, Manole, 2002.
- DERRIDA, Jacques. **Circonfissão**. Brasil: Civilização Brasileira, 1998.
- GOTMAN, Anne. **Le sens del'hospitalité: essai sur lês fondements sociaux de l'accueil de l'autre**. Paris: Presses Universtaires de France, 2001.
- GRINOVER, Lúcio. Hospitalidade: um tema a ser pesquisado. In: DIAS, Célia M. de Moraes. **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2002.
- GRINOVER, Lúcio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

IANNI, Otávio. **Enigmas da modernidade mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

LASHLEY, C; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

MENESCAL, L.C. e GONÇALVES, A.M.H.B. **Introdução ao turismo de hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006.

MONTANDON, Alain. **Hospitalidade ontem e hoje**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

PULA, Ana Spolon. **IV Seminário de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. Universidade Anhembi-Morumbi, São Paulo, 2009.